

УДК 159.923

НЕВІДОМА Я. Г.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ КУЛЬТУРИ НА ЕКОНОМІЧНУ ПОВЕДІНКУ ЛЮДЕЙ

У статті проаналізовані підходи до вивчення взаємозв'язку культури з економічною поведінкою людей та роль останньої в економічному розвитку країни. Акцентовується увага на цінностях, установках, які транслиуються суспільством, а саме: на економічній культурі нації. Шляхом формування економічної культури особистості вбачається економічна соціалізація, яка визначається як процес засвоєння, активного відтворення і перетворення індивідом соціального досвіду в економічній сфері, заснованого на інтеріоризації цінностей, традицій, норм, правил того суспільства, до якого належить індивід. Економічна культура розглядається як макросередовище економічної соціалізації та знаходить свій прояв в економічній поведінці, а її елементом виступає економічна спрямованість. Найпродуктивнішим чинником соціалізації особистості в умовах змін вбачається здатність до самоконструювання, у тому числі у системі вищої освіти.

Ключові слова: культура, економічна культура, економічна соціалізація, економічна поведінка, економічна спрямованість, соціальний капітал, особистісний капітал, конфуціанський динамізм.

Постановка проблеми. Рух економічної системи у напрямку ринкової економіки зумовив значущість таких соціальних якостей особистості, як пріоритет власних інтересів, покладання на власні сили, підприємливість, орієнтація на багатство як мету й особистий успіх у праці. Водночас розпад старої соціальної системи, яка базувалася на суспільних парадигмах пострадянського суспільства, відсутність цілісного нового типу соціальності, а також розгорнутих уявлень про неї ускладнює діяльність інститутів соціалізації.

Актуальність розробки цієї проблеми обумовлена і тим, що вона впливає з необхідності вирішення завдань, які ставлять перед суспільством процеси соціально-економічної трансформації. Адаптація окремої особистості чи суспільства у цілому до соціально-економічних змін — надзвичайно складний, багатогранний процес, який стосується найрізноманітніших сфер людської життєдіяльності: економічної, соціально-психологічної, культурної. Швидкість інновацій перетворює життя у набір ситуацій, що немов постійно вислизують від самого суб'єкта, тим самим буквально щодня вимагаючи від людини адаптуватися до нових умов. Процеси швидких соціальних, економічних і культурних змін, що відбуваються у сучасному світі пов'язані насамперед із глобалізацією як створенням єдиного інформаційно-фінансового простору, та ведуть до подальшого зростання актуальності цієї проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Культура є дуже широким, багатоплановим і складним явищем, як і її визначення. Згідно поглядів італійського вченого Г. Табелліні, культура визначається як «індивідуальні цінності і пе-

реконання, набір норм, що впливають на поведінку, важливий канал, через який усталені звичаї через століття історії доносяться до діючих соціальних інститутів» [6]. Інше визначення розглядає культуру як набір традиційних вірувань і цінностей, які етнічні, релігійні та соціальні групи передають із покоління в покоління [3]. Іншими словами, культура є системою загальних переконань, цінностей, звичаїв, поведінки й артефактів, які члени суспільства використовують, щоб упоратися з обставинами дійсності та для регуляції стосунків один з одним, і які шляхом навчіння передаються наступним поколінням.

Метою статті є аналіз основних наукових економіко-психологічних підходів та досліджень щодо впливу культури на економічну поведінку населення та шляхів формування економічної культури індивідів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Обговорення особливостей впливу культури на економічну поведінку індивідів зустрічається ще у роботах класиків економіки, таких як А. Сміт і Дж. Мілль, які використовували культуру для пояснення економічних явищ. У теорії моральних почуттів доводилось, що культура є важливим чинником добробуту народів, тому розглядається як більш важлива порівняно з особистими цілями та досягненнями. Натомість К. Маркс доводив, що саме зміни технологій визначають тип структури, що домінує в культурі, наприклад, «ручний млин відповідає феодальному суспільству, а вже паровий – запускає капіталізм». М. Вебер розглядає релігію у якості ключового фактору економічного розвитку, відстоюючи думку, що згідно протестантському релігійному вченню створення багатства є обов'яз-

ком. Він також визнавав важливу роль культури у досягненні багатства за рахунок її впливу на виробництво і створення ринків.

Донедавна більшість сучасних неокласиків ігнорували роль культури у поясненні відмінностей економічної поведінки, натомість вони більше переймалися економічними змінними, такими як: ціни, прибутки, процентні ставки тощо. Хоча в останні два десятиліття економісти серйозно зосередились на впливі культури на економічну поведінку і виявили, що культура (релігійні вірування, цінності та уподобання) має суттєві позитивні взаємозв'язки з економічним зростанням країн. Дослідження А. Хіршмана також виявили, що культура викликає відмінності в економічних результатах, як усередині, так і між країнами. Проте економістам важко пояснити цей взаємозв'язок, через те, що вони, по-перше, зосереджені в основному на економічних змінних, по-друге – через складність і багатогранність культури як явища, що ускладнює проведення емпіричних досліджень. Часто, щоб подолати ситуаційні зміни, які включають нормативні значення (переконання, віросповідання, етнічну належність тощо), дослідники включають їх до емпіричних моделей у вигляді «проксі-змінних». Наприклад, показник ВВП часто використовується для вимірювання стандартів життя або якості життя людей. Результати таких досліджень свідчать, що причинно-наслідковий зв'язок між культурою та економікою, ймовірно, розгортається у двох напрямках, а саме: з одного боку, культура впливає на економічну поведінку людей, а з іншого — економічна поведінка впливає на культуру. Виявлено, що такі культурні чинники, як чесність, довіра, завзятість і толерантність – призводять до успішного розвитку економіки країни. Таким чином, політика уряду, відповідальна за економічне зростання, може бути успішною або зазнати поразки у різних регіонах через відмінності в індивідуальній поведінці груп населення, які мають різні культурні традиції [6].

Г. Беккер особливу увагу приділяє культурі як найважливішій частині соціального капіталу нації. На його думку, культура (цінності та установки, які поділяються більшістю членів суспільства) неминуче позначається на шкалі пріоритетів індивідів, що знаходить свій прояв у відмінностях в смаках, манерах, звичаях людей, що належать до різних культур. Характерною ознакою культури є те, що зміни у ній відбуваються повільно і поступово, а це робить її найбільш інертною частиною соціального капіталу. Разом з тим, владу культури над людиною, на думку Г. Беккера, не можна вважати абсолютною, а

стійкість її впливу багато у чому залежить від особистісного і соціального капіталу, який формується у її носіїв. Автор також наголошує на дихотомічному взаємозв'язку між культурою та економікою: культура відображається на ході економічної діяльності, але одночасно сама змінюється під впливом її результатів. Впливаючи на величину і цінність різних форм особистісного і соціального капіталу, економічний процес викликає зрушення у смаках і пріоритетах, примушуючи переглядати ще донедавна непорушні культурні норми і стереотипи [1].

Цікавою у цьому сенсі видається концепція нідерландського соціолога Г. Хофстеде, який запропонував сукупність показників, що визначають культурні характеристики різних народів, та на яких ґрунтувалися його дослідження у другій половині ХХ ст. Всі характеристики були згруповані у наступні п'ять факторів:

1. Дистанційованість від влади – сприйняття влади, міра, у якій члени суспільства, інституту чи організації, що наділені відносно меншою владою, очікують і допускають нерівномірність розподілу останньої. Виявилось, що для культур з більшою дистанційованістю від влади (арабські країни, Латинська Америка, Південно-Східна Азія, Росія) характерне сприйняття влади як найважливішої частини життя, надмірна прихильність до керівництва; для культур з невеликим дистанціюванням від влади (Австрія, Данія, США, Німеччина) характерна побудова стосунків на основі рівності та поваги до особистості.
2. Відособленість (індивідуалізм) як протилежність згуртованості (колективізму) – тяжіння до особистих цілей, усвідомлення себе як «Я», захист власних інтересів, міжособистісні зв'язки, не обтяжені сильними зобов'язаннями діяти спільно (США); для колективістської культури (Латинська Америка) притаманні групові цілі, усвідомлення себе як «Ми», підтримка стосунків, норм.
3. Маскулінність – націленість на досягнення результату будь-якою ціною; країни з високим значенням цього показника відносять до «маскулінного типу» (Японія, Італія, Австрія, Мексика, Філіппіни), для них характерні такі якості, як суперництво, впевненість у собі, цілеспрямованість, відданість матеріальним цінностям; країни з низьким значенням цього індексу (Данія, Норвегія, Швеція) – до «фемінного типу», яким важливо шанування взаємостосунків, культурних цінностей, турбота про якість життя.
4. Уникання невизначеності (неприйняття невизначеності) – міра сприйняття і реагування на незнайомі ситуації; для країн з високим значенням показника уникнення невизначеності типовим є недопущення

невизначених, незрозумілих ситуацій, прагнення до встановлення чітких правил поведінки, довіра традиціям, схильність до внутрішньо групової згоди, нетерпимість по відношенню до людей з іншою життєвою позицією, стилем мислення; для країн з низьким показником уникнення невизначеності характерний прояв особистої ініціативи, прийнятність ризику, спокійне прийняття розбіжностей, інших точок зору.

5. Конфуціанський динамізм (короткострокова або довгострокова орієнтація на майбутнє) – орієнтованість на вирішення стратегічних, довгострокових цілей, бажання планувати майбутнє; для культур з високими значеннями цього параметру (Південно-Східна Азія) характерні розважливості, наполегливість у досягненні цілей, стійкість; для культур з низькими значеннями (Європа) – відданість традиціям, виконання соціальних зобов'язань [4].

У 90-х роках ХХ ст. розвиток ідей про вплив культури на економічний розвиток країн знайшов своє відображення у роботах А. Медісона та нобелівських лауреатів Д. С. Норта, Д. Уоліса та Б. Вайнгаста, де було показано, що всі країни можна умовно поділити за їх поступальним розвитком та домінуючим соціальним порядком на ті, що мають «високу» траєкторію розвитку (А), і навпаки, «низьку» (В). До перших відносяться країни Північної Америки та Західної Європи, для яких характерні невисокі, проте стабільні темпи розвитку без значущих падінь, більш висока швидкість розвитку у довготривалій перспективі. Саме ці країни задають тренди розвитку для інших, представляють собою серйозних конкурентів на різних ринках (як товарів, так і праці), і водночас тиснуть на інші країни, змушуючи їх змінюватися, впроваджувати інновації, хоча для країн з траєкторією розвитку «В» практична реалізація такої модернізації та її успішність є питанням неоднозначним і непротиставним.

Цінність цих досліджень з точки зору психологічної науки полягає у тому, що «культурний зміст» транслюється різними засобами соціалізації, а це, у свою чергу, допускає можливість впливу на потрібний для розвитку країни набір характеристик, який можна формувати в індивідів через різні інститути соціалізації.

Важливими модернізаційними цінностями, які мають транслюватися через інститути соціалізації при консенсусі суспільства і влади є:

- ставлення до закону чи стандарту як до цінності;
- здатність домовлятися – радикальний індивідуалізм створює додаткові непотрібні труднощі, породжує високу дистанцію з владою, а компроміс вважається слабкою

стороною у культурі. На зміну має прийти самоорганізація суспільства і зменшення контролю влади;

- погляд на перспективу, далекоглядність – планування того, що відбудеться через 10 і більше років.

Саме такі модернізаційні фактори, на думку авторів «концепції відкритого соціального порядку», є основою та детермінантами економічного зростання і розвитку демократичних інститутів, проте такий перехід досягається, як правило, не менш як за 50 років утілення «нової модернізованої» поведінки населення, якісно нового культурного витка нації. У новітній історії є п'ять випадків успішного переходу на «високу» траєкторію розвитку (А) – це Японія, Південна Корея, Сінгапур, Тайвань, Гонконг.

Нерозривним поняттям, пов'язаним із культурою нації, є менталітет, який, формуючись історично, століттями визначає національну модель економічної та соціальної поведінки – культуру споживання, виробництва та відповідні мотивації. На основі особливостей менталітету складається особливий тип економічного мислення, заснований на національних особливостях й особливостях господарських традицій.

Однією з найважливіших передумов економічної поведінки є економічна культура, яка виступає складовою і суттєвою частиною загальної культури особистості. Економічна культура у широкому сенсі слова — це сукупність створених суспільством матеріальних і духовних засобів виробничої діяльності, економічні знання, вміння, навички, способи і форми спілкування людей, економічний інтелект.

Економічна культура у вузькому сенсі слова – це типовий спосіб економічного мислення і діяльності народу, групи, індивідів. З його допомогою люди адаптуються до конкретних соціально-економічних умов свого існування. В економічну культуру включається також сукупність економічних інтересів, цінностей, норм, правил, умінь і навичок, які є регуляторами економічної поведінки [5]. Іншими словами, економічна культура складається з поведінкових стереотипів та економічних знань, що засвоюються у процесі соціалізації.

Як указує американський психолог Д. Мацумото, з соціалізацією тісно пов'язаний процес долучення до культури. Це процес, при якому молоді люди пізнають і переймають манеру поведінки, властиву культурі їх країни. Різниця між цими двома термінами незначна. Термін «соціалізація» стосується самого процесу і механізмів, за допомогою котрих люди навчаються правилам поведінки у суспільстві, тобто того, що говориться, кому, коли й у якому контексті. Тер-

мін «долучення до культури» відноситься вже до продуктів процесу соціалізації – суб'єктивних внутрішніх психологічних аспектів культури, які засвоюються у процесі розвитку людини. Відмінність і схожість термінів «долучення до культури» і «соціалізація» пов'язані з розходженням і подібністю понять «культура» і «суспільство».

Соціальна філософія розглядає суспільство як інституційну систему стійких зв'язків між людьми і соціальними групами. Належність до того чи іншого суспільства люди визначають легко і безпомилково за його зовнішніми ознаками. Наприклад, інформаційне суспільство – це суспільство, де більшість працюючих зайняті виробництвом, зберіганням, переробкою і реалізацією інформації, особливо вищої її форми – знань.

Американський соціолог У. Ростоу, виокремлюючи п'ять стадій розвитку суспільства, нинішню – називає епохою «високого масового споживання», визначними рисами котрої є значне зростання сфери послуг, перетворення виробництва товарів споживання в основний сектор економіки. Але найголовнішим у характеристиці інформаційного суспільства є не тільки і не стільки застосування нових технологій, скільки якісно нова функція і роль інформації, яка визначає і соціокультурне життя людини, і її суспільне буття. У цьому і полягає принципова новизна інформаційного суспільства з точки зору соціальної онтології. Тут розвиток суспільства більшою мірою визначається інформаційним потенціалом, який воно має у своєму розпорядженні, а характер його розвитку визначає духовний потенціал людини, її знання, здібності, цінності, пріоритети. Саме це стає центральним ресурсом XXI ст.

В умовах інформаційного суспільства інтелектуальний капітал є головним чинником соціально-економічного розвитку, значно важливішим за природні ресурси чи накопичене багатство. Логіка розвитку інформаційного суспільства висунула на перший план людські якості і творчі здібності, а побудова проектів ціннісно-цільового характеру – це вища форма творчого мислення, і цьому справді людському мистецтву ми повинні надавати першочергового значення у процесі економічної соціалізації молоді, формуючи у них психологічну та економічну готовність жити і працювати в умовах ринкових відносин.

Процес присвоєння особистістю соціального досвіду, його перетворення і відтворення в економічній діяльності, входження в економічне середовище є ні що інше, як економічна соціалізація особистості. Це процес активної взаємодії з середовищем, що супроводжується розвитком особистості і перетворенням середовища, психологічни-

ми факторами і механізмами котрого виступають економічні ролі, очікування, цінності, установки, здібності, а критерієм – соціально-економічний статус і стійкі зміни самої особистості.

У якості функцій соціалізації особистості, що виступають як соціально-психологічні ефекти, детерміновані чинниками і механізмами соціалізації, виокремлюються функції інкультуризації і трансляції культури. Культурне середовище, з одного боку, акумулює соціально значущі результати діяльності людей, а з іншого – через їх взаємодію з предметами культури веде до формування соціальної свідомості та особистості. Найбільш вивченими функціями соціалізації особистості можна вважати: функцію присвоєння (інтерналізації) соціального досвіду (А. Бандура, Л. С. Виготський, У. Джеймс, Е. Дюркгейм, Дж. Г. Мід, К. Юнг), функцію соціальної адаптації (Д. Дьюї, Ж. Піаже, З. Фройд, Е. Фром). Зміст соціального досвіду, який присвоюється індивідом, уключає моделі поведінки і соціальні значення: символи, цінності, установки. Найпродуктивнішим чинником соціалізації особистості в умовах змін є здатність до самоконструювання (О. Г. Асмолов, Е. Еріксон, І. С. Кон, К. Левін, О. М. Леонтьєв, А. Маслоу, Дж. Г. Мід, К. Роджерс, В. В. Столін, В. Франкл, В. Д. Шадріков). Тут на перше місце виходить «власна творча активність, самосвідомість і процеси самоздійснення особистості» [2].

Пріоритетними каналами соціалізації в умовах трансформації суспільства є ринок праці, інститут підприємництва, ЗМІ та мережеві комунікації. Ринок праці та попит-пропозиція на ньому, а також наявність вільних робочих місць, дозволяють реалізувати конкретні побажання у своїй майбутній роботі та проявити певний рівень знань, є площадкою для перевірки особистих якостей молоді, як моральних, так і ділових, їх культурних світів і професійних умінь. Мета цього інституту – забезпечити молодь соціальними якостями, що будуть затребувані протягом усього активного життя.

Для ЗМІ як каналу соціалізації характерно те, що більшість з них належить або підкоряється мас-медіа монополіям, і дуже великий простір віддається рекламі, яка виступає сильним подразником, формуючи у багатьох людей чітко виражену споживчу ідеологію, прагнення до необмеженого споживання, а іноді й до протиправної чи девіантної поведінки. Це закладає потенційну небезпеку у майбутньому як для конкретної людини, так і для суспільства у цілому [2].

Висновки. Вибір еталонів поведінки в економіці, ефективність вирішення економічних завдань багато у чому залежать від соціально-

психологічних якостей учасників економічної діяльності. Економічна культура людини простежується через сукупність її особистісних властивостей і якостей, які є певним результатом її участі у діяльності. Важливим елементом економічної культури є економічна спрямованість особистості, компонентами котрої виступають потреби, інтереси і мотиви діяльності людини в економічній сфері.

Фактор рівня розвитку особистості, її культури залежить від успішності процесу соціалізації, у тому числі в системі вузівської освіти, окремих аспектів якої пов'язаний з подоланням негативних явищ, що призводять до девіантної економічної поведінки. Таким чином, економічна спрямованість особистості є провідним чинником соціалізації, у якій представлені інтегрований образ економічного майбутнього та система економічних установок особистості. Формуючи економічну культуру окремого індивіда, у кінцевому рахунку, створюється фундамент добробуту суспільства у цілому.

Список використаних джерел

1. Беккер Г. С. Экономический анализ и человеческое поведение / Г. С. Беккер // THESIS. — 1993. — №1. — С. 24—38.
2. Вяткин А. П. Психология экономической социализации личности: субъектно-ролевой подход / А. П. Вяткин. — Иркутск: Изд-во Иркутского Гос. Университета, 2010. — 401 с.

НЕВИДОМАЯ Я. Г.

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ КУЛЬТУРЫ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛЮДЕЙ

В статье проанализованы подходы к изучению взаимосвязи культуры с экономическим поведением людей и роль последней в экономическом развитии страны. Акцентируется внимание на ценностях, установках, транслируемые обществом, а именно: на экономической культуре нации. Путем формирования экономической культуры личности видится экономическая социализация, которая обозначает процесс освоения, активного воспроизведения и преобразования индивидом социального опыта в экономической сфере, основанного на интериоризации ценностей, традиций, норм, правил того общества, к которому принадлежит индивид. Экономическая культура рассматривается как макросреда экономической социализации и проявляется в экономическом поведении.

Ключевые слова: культура, экономическая культура, экономическая социализация, экономическое поведение, экономическая направленность, социальный капитал, личностный капитал, конфуцианский динамизм.

NEVIDOMA Y. G.

PECULIARITIES OF CULTURE INFLUENCE ON ECONOMIC BEHAVIOR

The article analyzes the approaches to the study of the relationship of culture with the economic behaviour of people and its role in country's economic development in the works of economists, sociologists, political scientists and psychologists. Culture affects significantly the economic behaviour. Cultural behaviour also shapes the structure of institutions in a country. However, it faces problems of causality, thus it is likely to go in both directions from culture to economics and from economics to culture. The article focuses on the values, attitudes, which are translated society, namely, the economic culture of the nation. Ways of shaping the economic culture of the person seems economic socialization, which defined as a process of gaining, active reproduction and transformation of the individual's social experience in the economic sphere based on the interiorization of values, traditions, norms and rules of the society the individual belongs to. Economic culture is considered as the macro-context of economic socialization and manifests itself in economic behavior, and its element is a economic orientation, which presents an integrated image of the economic future and system of personality's economic settings. The development of modern society increasingly defined by information potential that it has, and the nature of its development determines by the spiritual potential of person, his knowledge, skills, values, priorities. The most productive factor of socialization in the face of change is the ability to self-construction, including in higher education. Priority channels of socialization in transforming society is the job market, business, media, and network communications. Shaping the economic culture of the individual, ultimately created the foundation of the welfare of society as a whole.

Keywords: culture, economic culture, economic socialization, economic behavior, economic orientation, social capital, personal capital, confucian dynamism.

3. Данилюк І. В. Культура і психологія: точки взаємозв'язку/ І. В. Данилюк // Соціальна психологія. — 2006. — № 6 (20). — С. 20 — 32.
4. Мантатова Л. В. Стратегия развития: Ценности новой цивилизации. / Л. В. Ман татова. — Улан-Удэ: издательство ВСГТУ, 2004. — 242 с.
5. Москаленко В. В. Особливості соціально-психологічних чинників економічної культури особистості / В. В. Москаленко // Соціальна психологія. — 2006. — № 5 (19). — С. 26 — 40.
6. Tabellini G. Culture and institutions: economic development in the regions of Europe / G. Tabellini // Journal of the European Economic Association. — June, 2010. — P. 678—716.

Spysok vykorystanyh dzherel

1. Bekker G. S. EHkonomicheskij analiz i chelovechesкое povedenie / G. S. Bekker // THESIS. — 1993. — №1. — С. 24—38.
2. Vyatkin A. P. Psihologiya ehkonomicheskoy socializacii lichnosti: sub»ektno-rolevoj podhod / A. P. Vyatkin. — Irkutsk: Izd-vo Irkutskogo Gos. Universiteta, 2010. — 401 s.
3. Danilyuk I. V. Kul'tura i psihologiya: tochki vzajem-zv'yazku/ I. V. Danilyuk // Social'na psihologiya. — 2006. — № 6 (20). — С. 20—32.
4. Mantatova L. V. Strategiya razvitiya: Cennosti novoj civilizacii. / L. V. Mantatova. — Ulan-Udeh: izdatel'stvo VSGTU, 2004. — 242 s.
5. Moskalenko V. V. Osoblivostisocial'no-psihologichnih chinnikov ekonomichnoji kul'turi osobistosti/ V. V. Moskalenko // Social'na psihologiya. — 2006. — № 5 (19). — С. 26—40.
6. Tabellini G. Culture and institutions: economic development in the regions of Europe / G. Tabellini // Journal of the European Economic Association. — June, 2010. — P. 678—716.